Cuadro 2. Parámetros de calidad de la carne de res proveniente de Estados Unidos y Puerto Rico, según se ofrece a los consumidores en los supermercados de la ciudad de Mayagüez.

Origen	Terneza de la carne cocida		Contenido de grasa intramuscular (%)[3]
	Mecánica (kg)[1]	Panel de probadores[2]	
EEUU	2.62_a	6.62_a	3.74_a
PR	3.91_b	5.10_b	1.41_b

[1] Resistencia al corte de un cilindro de carne de 1.27 cm de diámetro.
[2] Escala de 1 = carne dura y seca, 8 = carne muy tierna y jugosa.
[3] Muestras de carne cruda.
$_{a,b}$ Sufijos indican que las diferencias dentro de columna son significativas ($P<0.05$).

espacios adecuados en los anaqueles de los expendios para la carne de res del país, identificados correctamente. A modo de ejemplo puede tomarse la promoción que utiliza la carne *"Certified Angus"*. ¿Qué hay que pagar por ello? En principio quizás y el Fondo dispone de dinero para encauzar una acción de esta naturaleza. Luego, si la demanda se incrementa, es posible que el propio expendio se haga cargo del espacio.

Otras acciones son también necesarias. **Debe mejorarse la presentación del producto. Las etiquetas deben diseñarse utilizando colores llamativos, donde se indiquen el nombre y grado de clasificación del corte de carne, edad del animal del que proviene, para ilustrar al consumidor del significado de dicho sistema y las fechas de procesamiento de la canal y de consumo de la carne sin tener que congelarla. Esta estrategia debe ir acompañada de la preparación de folletos explicativos para distribuirlos a los consumidores en cada carnicería o supermercado, con los nombres de los cortes de carne, su localización en la canal bovina, sus características nutritivas y organolépticas y el método de cocción recomendado**. A todo este esfuerzo propagandístico le debe seguir otras medidas complementarias de capital importancia para la industria: **1) implantar un sistema práctico de clasificación de canales y 2) realizar mejoras radicales en las técnicas de producción y manejo de los animales a nivel de finca.** Es imperativo aumentar la cantidad de carne producida por unidad de superficie para satisfacer el esperado aumento en la demanda y mejorar su terneza, que es el atributo de calidad limitante en nuestra carne de res.

El trabajo por delante es enorme en pro de la industria. No hay que desanimarse. Como expresamos en un número anterior de *La Res Informativa*, esta es una responsabilidad compartida donde todos cargamos con los éxitos como con los fracasos. **La pregunta es ¿quiénes están dispuestos a tomar las riendas y pasar de la palabra a la acción?** El GTBC como siempre, a la orden y sabrá responder a las exigencias del momento.

Referencias

Oficina de Estadísticas Agrícolas, Dpto. de Agricultura, ELA, año fiscal 2003-04

Acevedo, M. 2004. Evaluación de los atributos principales de calidad de la carne de res de origen local e importada, según se ofrece al consumidor. Tesis de Maestría. Programa de Tecnología de Alimentos, CCA-RUM

Encuesta en supermercados a consumidores del área de Mayagüez. INPE 5357: Curso en tecnología de carnes frescas. CCA-RUM. 2003.

La Res Informativa
Box 9030, College Station
Mayagüez, Puerto Rico 00681-9030



Trabajo cooperativo de las unidades del Colegio de Ciencias Agrícolas: Facultad, Estación Experimental y Servicio de Extensión

LA RES INFORMATIVA

VOLUMEN 9, NÚMERO 1
MARZO 2005

Grupo de Trabajo en Bovinos para Carne (GTBC)
Departamento de Industria Pecuaria



COLEGIO DE CIENCIAS AGRICOLAS

REDACTORES
Prof. Américo Casas
Dr. Danilo Cianzio
Prof. Aixa Rivera

Para subscribirse escriba a:

Prof. Aixa Rivera
Dpto. de Industria Pecuaria
P.O. Box 9030
Mayagüez , PR 00681-9030

Contenido

IMPORTANCIA DEL MERCADO CONSUMIDOR DE CARNE DE RES



***MERCADEO se define como un conjunto de actividades complejas diseñadas para producir y distribuir un producto de la forma y manera en que los CONSUMIDORES* lo desean………**

En el último número de *La Res Informativa* indicamos que la industria de carne de res de Puerto Rico no se puede dar el lujo de seguir desatendiendo el mercado consumidor. Uno de los problemas que presenta el mercadeo del producto local es que en muy pocos supermercados se presenta de forma atractiva para el consumidor o está bien identificado. En muchos comparte las góndolas con el importado y en todos no existe información adecuada que oriente al consumidor sobre la calidad gustativa y nutritiva del mismo. La carne de toretes, toros, novillas y vacas de tipos (cárnico o lechero) y edades diferentes se mezclan y resultan indistinguibles para el consumidor. No importa la calidad organoléptica ni el origen del producto, todo es igual y todo vale lo mismo por libra de peso. **Es un desorden tal del mercado que anula cualquier esfuerzo que se realice para mejorar el producto que se ofrece**. Los resultados negativos se aprecian cuando la participación de la industria en el mercado ha caído dramáticamente del 32% en 1997/98 a un 15% en el presente. Sin embargo, si se reconoce este mal endémico de nuestra industria de carne de res, aún se está a tiempo para revertir los hechos.

NOTA DEL EDITOR

Las noticias más recientes son un poco estimulantes para la industria de carne de res de Puerto Rico, al menos si se observan las últimas estadísticas de la división homónima del Departamento de Agricultura del ELA. De acuerdo a ellas, la matanza de bovinos y por ende la producción de carne aumentó en cifras significativas en el año fiscal 2003-2004 respecto al anterior. La matanza se incrementó en 31% (a 62,944 animales) y la producción en un 12% superando los 26.4 millones de libras. Pero lo más interesante es que por primera vez en siete años, **el porcentaje de vacas sacrificadas fue menor que el de toros (35 vs. 44%)**. ¿Significará este último dato que se está reconstruyendo el hato de cría nacional o que ya no hay más vacas para matar excepto los descartes de vaquerías? Esperemos que sea por lo primero y que esta tendencia continúe y se repita en el año fiscal en curso. Que el hato de cría crezca nuevamente y que se mantengan los intentos de revitalizarla mediante diálogos sazonados con actitud positiva entre sus componentes. SIN DUDA, ES UNA BUENA SEÑAL PARA LA INDUSTRIA.

(viene de la página 1)

HAY NOTICIAS ALENTADORAS

Existe en Puerto Rico un mercado consumidor de carne de res que se ha mantenido estable en los últimos 24 años. El Cuadro 1 sustenta esta afirmación. Aunque el consumo por persona al año sea un estimado que compendia carne en canal y carne limpia, es útil en la medida que refleja cierta estabilidad del mercado local de carne de res a lo largo de los años. La otra cara de la moneda es la composición de dicho consumo donde se observa un aumento consistente de la importación, llenando el espacio que deja la disminución en la producción local. Este dato es en sí alentador más que preocupante, siempre que actúe como aliciente para mejorar la industria local y revertir esta tendencia de las últimas décadas.

La marcada preferencia que muestra el consumidor por el producto local en las encuestas que se han realizado es algo que también obliga a la industria a modernizarse y a crecer. En 1999, la Oficina de Reglamentación y Fomento de la Carne de Res contrató los servicios de la compañía privada *The Marketing Center* para sondear la opinión pública respecto al consumo de carne de res en Puerto Rico. El 89% de los encuestados respondió que consume carne de res mientras que solo un 11% no lo hace. De los que la consumen, un 63% indicó que prefieren el producto local al importado. Estos números reflejan que del universo de consumidores, sean o no carnívoros, más de la mitad, 56% aproximadamente, comería carne de res del país. El problema radicaría en la disponibilidad de la carne de res local en sus carnicerías favoritas. Dos argumentos interesantes fueron los esgrimidos por los consumidores al justificar sus preferencias por el producto nativo: ***su frescura y solidaridad con la industria local***.

Cuadro 1. Producción local, importación y consumo de carne de res en años selectos.

Años	Producción local[1]	Importación[2]	Disponible[2]	Consumo *per cápita*[3]
1979/80	48,676	88,342	137,018	42.8
1989/90	48,676	112,746	158,886	45.1
1990/91	27,293	110,924	144,262	37.8
2000/01	23,473	140,427	167,720	43.8
2002/03	20,743	136,236	159,709	41.4
2002/03	20,743	134,964	155,707	40.2
2003/04	26,582	160,521	187,103	48.2

[1] Miles de libras de canal caliente.
[2] Miles de libras de importación neta.
[3] Lbs/año, corregido por el aumento poblacional.
Fuente: Oficina de Estadísticas Agrícolas; Depto. de Agricultura del ELA.

Recientemente, en el 2003, otra encuesta realizada por estudiantes del Departamento de Industria Pecuaria a nivel de la ciudad de Mayagüez arribó a números similares a los indicados en términos de consumo y preferencia de carne de res. Sin embargo, muy pocas personas tenían *cultura cárnica* y no conocen el nombre y origen de los cortes que se ofrecen (lomillo, masa redonda, punta de cadera, etc.) ni las maneras distintas en que éstos se deben cocinar. A todos estos detalles se puede agregar el hecho de que **no existe un sistema de clasificación de la carne de res** que se produce en Puerto Rico, que oriente al consumidor sobre la calidad del producto que adquiere. De lo expuesto, se deducen dos aspectos de suma importancia para la industria: **1) existe un mercado consumidor que prefiere el producto local y 2) es necesario educarlo para consolidar dicha tendencia.** El punto de convergencia para satisfacer ese mercado es el abastecimiento de carne de calidad y es aquí donde la industria fracasa.



Presentación de la carne importada Angus al público en los supermercados Xtra del área metropolitana

La carne de res de Puerto Rico es un producto bajo en grasa en relación a la que proviene de Estados Unidos. Exhibe además otras bondades nutricionales presentes debido al uso del pastoreo de yerbas tropicales como base de su sistema de alimentación (*La Res Informativa Vol. 8 números* 2, 3 y 4). **Por tanto, el producto criollo contiene ventajas comparativas importantes que deben ser enfatizadas y divulgadas al consumidor. En adición, no se utilizan promotores de crecimiento o anabólicos hormonales exógenos porque la unidad básica de producción de carne es el toro que no los necesita, ya que sus testículos se los provee naturalmente y por tal razón, la deposición de grasa en la carne es mínima.** En Estados Unidos y otros países productores de carne los machos se castran para estimular la formación de grasa intramuscular o *marmoleo ("marbling")* y facilitar el manejo de los animales (ejemplo: machos y hembras pueden pastorear juntos o estar en un mismo corral de engorde). Por lo que antecede, la carne de res de Puerto Rico bien puede ser considerada como un producto **natural** e inclusive **orgánico**, bajo en grasa, colesterol y proveedor de ácidos grasos poliinsaturados como los de la familia omega 3. Todos factores claves para competir con el producto foráneo. Además, es información verificable, no presunta.

AUNQUE NO TODAS LAS NOTICIAS LO SON...

Los resultados de una tesis de maestría del programa de Tecnología de Alimentos del Colegio de Ciencias Agrícolas indican, lo que se sospechaba, que la carne de res producida localmente tiene un problema de terneza (Cuadro 2). Los valores del Cuadro 2 son promedios de tres músculos (lomillo, masa redonda y lechón de mechar). Estos claramente indican que la carne de PR tiene un contenido menor de grasa intramuscular pero a su vez es menos tierna. Lo primero es favorable pero lo segundo constituye el problema principal de calidad que es necesario enfrentar para aumentar la capacidad competitiva del producto local. El consumidor detecta que la carne de PR es más dura y eso tiene explicaciones que escapan al propósito de este artículo y que en otra oportunidad comentaremos.

El número anterior de *La Res Informativa* formulaba una pregunta que traemos nuevamente a colación: **¿Qué hacer para recuperar nuestro espacio en el mercado consumidor de carne de res en Puerto Rico?** A lo expresado en aquel artículo, agregamos ahora la importancia que tiene para la industria desarrollar **estrategias de mercadeo efectivas**, **educando al consumidor de los méritos nutritivos de la carne que se produce localmente a través de una propaganda atractiva**. Este es un esfuerzo que, de rendir frutos incrementando la demanda de carne de res local, sería beneficioso para **TODOS**, desde el productor hasta el detallista y el estímulo inmediato que la industria requiere para comenzar a sentar sus bases.

En febrero de 2005, la prensa local publicó un anuncio de una cadena de supermercados que destacaba la importancia de una propaganda efectiva y por la cual las ventas de carne de res importada habían aumentado un 42%. **¿Porqué ello no puede ser también cierto para el producto local?** Intentarlo tiene sentido máxime cuando nunca se ha hecho correctamente. Hay que negociar